

Быстрова Т. Ю.

*г.Екатеринбург, Уральский федеральный университет
имени первого Президента России Б. Н. Ельцина*

СОЦИОКУЛЬТУРНЫЙ КОНТЕКСТ СОВРЕМЕННОГО ДИЗАЙНА — ОСНОВА ПОНИМАНИЯ ПРОФЕССИИ И ЕЕ ТРЕБОВАНИЙ

Даны характеристики социокультурного контекста современного дизайна как способа проектного мышления, формотворческой деятельности и социального института. Эта модель поможет педагогам в преподавании специальных дисциплин бакалавриата и магистратуры. С опорой на Монреальскую декларацию дизайна-2017 перечислены его базовые составляющие. Сделан вывод о нарастающей человеко-центричности дизайн-проектов.

Ключевые слова: дизайн, устойчивое развитие, устойчивый дизайн, ответственный дизайн, отзывчивый дизайн, бдительный дизайн, универсальный дизайн, человек в дизайне.

Bystrova T. Y.

*Yekaterinburg, Ural Federal University named after the first
President of Russia B. N. Yeltsin*

SOCIAL-CULTURAL CONTEXT OF THE CONTEMPORARY DESIGN — BASIS FOR UNDERSTANDING OF PROFESSION AND ITS REQUIREMENTS

The characteristics of the socio-cultural context of modern design as a way of project thinking, a form-building activity and a social institution are given. This model will help teachers in teaching the special subjects of undergraduate and graduate programs. Based on the 2017 Montreal Declaration of Design, its basic components are listed. The conclusion is made about the increasing human-centeredness of design.

Keywords: design, sustainable development, sustainable design, responsible design, responsive design, vigilant design, universal design, people in design.

Для понимания целей и задач образовательных программ педагогу бакалавриата или магистратуры необходимо понимать, что такое дизайн и его составляющие, какие дискуссии идут вокруг этого понятия в последнее десятилетие, что остается инвариантным и что сильнее всего трансформируется в дизайне. Для ответа на эти вопросы необходим анализ не только самого дизайна, но и его социокультурного контекста.

В Декларации дизайна (Монреаль, 2017) — базовом документе дизайн-деятельности на ближайшее десятилетие — сказано: «Все люди заслуживают жить в хорошо спроектированном мире» [1], и это становится профессиональным лозунгом. По мнению сегодняшних лидеров дизайна, ему нужно быть ответственным, отзывчивым, бдительным. Эти слова не случайны, но обобщают опыт множества проектов как в коммерческой, так и в социальной сфере, и одновременно расширяют пространство дизайна в культуре.

Во второй половине XX века основное внимание профессионалов и социума было приковано к коммерческим проектам, дизайн рассматривался в основном как инструмент рекламы и маркетинга, либо как особая мыслительная техника [2; 5; 7; 8]. В первые десятилетия XXI века ему отводят роль уникального и все более высоко ценимого инструмента создания «хорошо спроектированного мира». Среди причин подобной трансформации можно назвать: рост крупных городов при одновременном опустынивании малых и средних; цифровизацию культуры и усиление ее визуальной составляющей; засилье модернистских и техногенных одномерных структур, вредных для самочувствия и здоровья человека; межпоколенческие, религиозные, этнические вопросы, требующие активизации коммуникаций; необходимость сохранения и актуализации социальной памяти, в том числе в ходе музейной деятельности; возникновение темы инклюзии и многие другие факторы. Мир стал иным — более «теплым», менее безопасным, — и дизайн не стоит на месте.

Дизайн трактуется, как технология и особый способ мышления, ориентированный на новизну, а значит, легче находящий решения в условиях высокой неопределенности, свойственной современной культуре [4; 5; 9]. Об этом говорят разработки в области экодизайна, городские, образовательные, медицинские и другие проекты.

Дизайн по-прежнему понимается, как формообразующая деятельность [1; 3; 7]. В отличие от XX века, современные дизайнеры не так упоены идеей научно-технического прогресса и гораздо внимательнее изучают наследие архитекторов, ремесленников, других мастеров прошлого, ища формальные, ритмические, цветовые, композиционные решения, не утрачивающие актуальности для культуры в целом.

Пройдя через этап осознания своей синтетичности и междисциплинарности, дизайн становится самостоятельной социальной силой, поэтому проектировщики все чаще сотрудничают с представителями других профессий и отраслей знания [4; 5; др.].

Результатом становится развитие новых концепций, прежде всего, универсального дизайна и устойчивого дизайна.

В отличие от проектирования массовых продуктов модернистским дизайном, опиравшимся на унификацию и стандартизацию, и от таргетингового подхода второй половины XX века, универсальный дизайн на основе психологических [6] и культурологических данных стремится создать формы, адекватные запросам максимально разнообразной целевой аудитории. Это существенно проблематизирует процесс формообразования, привносит в него в качестве полноправных этапов опросы, фокус-группы [3] и другие формы предметной обратной связи с пользователями, в конечном счете, обращившаяся новой рациональной эстетикой (выходящей за пределы одной функции).

Устойчивый дизайн расширяет представление о системе проектирования, включая в нее этапы подбора материалов и технологий, сверки с сертификационными требованиями, утилизации, ресайклинга. Ответственность дизайнера распространяется и на эти процессы, не заканчиваясь, как бывало ранее, презентацией заказчику.

Возрастающая сложность решаемых задач оборачивается развитием техник и методик проектирования. Косвенно это подтверждается большим числом публикаций по этой теме (см. список источников), а также легитимацией открытости — включением в проектирование будущих пользователей продукта.

Приведем ряд примеров универсального дизайна, иллюстрирующих высказанные выше тезисы. Основные принципы универсального дизайна сформулированы в 1990-х годах в университете Северной Каролины (США). Это: равенство и гибкость в использовании для представителей самых разных групп (например, мужчин и женщин, людей разного роста, правой и левой, людей с ограниченными возможностями здоровья и т.п.), интуитивная ясность формы, ее простота либо наличие «подсказок», легкость считывания информации и т. д.

Заключение

Сказанное подтверждает способность дизайна совершенствовать формы по мере появления новых ограничений и новых вызовов. Проектное мышление дизайнеров как нельзя более адекватно спектру социокультурных задач, стоящих перед обществом и человеком первых десятилетий XXI века. Общую тенденцию развития дизайна сегодня можно обозначить, как человеко-центричность. Зная эти характеристики и социокультурный контекст дизайна, можно



Иллюстрация 1. Дизайн упаковки для напитка Lemonaid. Дизайн: The Studio. 2016



Иллюстрация 6. Дозатор кускового мыла. Дизайнер: Н. Сампфли. Швейцария. 2011



Иллюстрация 7. Универсальная ручка для опоры Handle It. Дизайнеры: О. Конен, Ш. Алджи (Oskar Kohnen, Charlotte Algje)

конкретизировать учебные и проектные задачи и добиться адекватности результатов обучения запросам работодателей и социума.

Список литературы

1. Design Declaration. [Электронный ресурс] : Режим доступа: офиц.сайт. — https://worlddesignsummit.com/wp-content/uploads/2017/10/20171004WDSM2017_livret-40pages_declaration_65X9_AN-1.pdf (дата обращения: 25.11.2018).
2. Lowson B. How Designers Think. The design process demystified. 4th edition. — Elsevier, 2005. — 336 p.
3. Джонс Дж.К. Методы проектирования. — М: Мир, 1986. — 326 с.
4. Лидтка Ж., Огилви Т. Думай как дизайнер. Дизайн-мышление для менеджеров. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2015. — 240 с.
5. Маэда Д. Законы простоты: Дизайн. Технологии. Бизнес. Жизнь. — М.: Альпина Пабlishер, 2015. — 110 с.
6. Норман Д. Дизайн привычных вещей. — М.; СПб.; Киев: издательский дом «Вильямс», 2006. — 384 с.
7. Рэнд П. Дизайн: форма и хаос. — М.: издательство Студии Артемия Лебедева, 2013. — 244 с.
8. Шерер Й. Техники креативности. Как в 10 шагов найти, оценить и воплотить идею. — М.: СмартБук, 2009. — 136 с.
9. Шервин Д. Креативная мастерская. 80 творческих задач дизайнера. — СПб.: Питер, 2013. — 240 с.